

学校编码: 10384 分类号 密级

学号: 13920101150465 UDC

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

社会管理创新视角下的社会帮扶品牌建设

——以思明区“爱心品牌”创建为例

**Brand Building of Social Assistance Based on
Social Management Innovation Perspective**

——The case of the brand creation of Siming District's Love Brand

黄 岑

指导教师姓名: 卓越教授

专 业 名 称: 行政管理

论文提交日期: 2013 年 5 月

论文答辩时间: 2013 年 5 月

学位授予日期:

答辩委员会主席:

评阅人:

2013 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为(思明区爱心品牌创建)课题(组)的研究成果,获得(思明区爱心品牌创建)课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

当前，我国经济转型、社会转轨，既处于发展的重要战略机遇期，又处于社会矛盾凸显期，贫富差距两极分化加剧，弱势群体数量庞大，给社会管理工作带来了许多问题和挑战。近年来，中央领导高度重视社会管理创新工作，社会管理创新被提升到事关我国长久发展大计的重要战略地位。社会管理创新需要从创新管理理念、知识、方法、技术方面入手，全方位、多角度地构建社会管理创新系统，推动社会管理创新朝着纵深方向发展。政府创建公共服务品牌，是品牌效应在公共部门的延伸与创新，是推动社会管理创新的一种新探索。打造具有地方特色的社会帮扶品牌，将为地方政府创新社会管理开辟新的途径，同时可以借助品牌效应，提高社会帮扶的质量和效率，维护社会稳定，树立良好的政府形象，赢得更加广泛、持续的社会效益。

厦门市思明区创建“爱心品牌”活动是顺应新时期社会管理创新而产生的一种社会帮扶新形式。经过多年的努力，该活动已取得了明显成效，其帮扶面几乎涉及孤寡老人、残疾人、贫困家庭、未成年人、外来务工人员等所有弱势群体，并已初具规模和创新特征。本文的主要内容是以思明区创建“爱心品牌”为案例，实证研究当前和今后一段时期如何进一步深化建设社会帮扶品牌，创新我国城市基层社会管理工作的管理理论与实践问题。

本文首先对社会帮扶品牌与社会管理创新进行理论辨析，指出二者之间的内在联系，为“爱心品牌”作为一种社会管理创新实践形式的出现做铺垫；其次分析思明区“爱心品牌”活动的实施背景、创新特色、取得的成效以及存在的问题；最后根据实地调研的情况和各地政府品牌的实践经验，运用品牌战略方法构建“爱心品牌”的创建框架，并提出具体可行的实施建议，形成长期有效的运行机制，推动社会管理创新取得新进展。

关键词：社会管理创新；社会帮扶；公共服务品牌；爱心品牌项目

Abstract

At present, China's going through its economic and social transition, which is not only a period of strategic development opportunity but also a period with rising social contradictions. The gap between rich and poor polarization is intensified, the population of the vulnerable group is huge, which bring lots of problems and challenges to our social administration. In recent years, the central leaders attach great importance to the innovation of social management, which was promoted to an important strategic position concerning our country's long-time development. The social management innovation should start with the innovation of management idea, knowledge, method and technique, build the system of innovation omni-directionally and multi-angularly, push the innovation forward in the depth direction. Government's effort in public services branding is the extension and innovation of branding effect in the public sector, which explores a new way to promote social management innovation. Building a social assistance brand with local characteristics, can open up new approaches to social management innovation for local governments. Meanwhile with the help of branding effect, governments can improve the quality and efficiency of social assistance, maintain social stability, establish a good government image, obtain social benefits in a more extensive and continuous way.

The project of Love Brand in Siming Xiamen is a new type of social assistance complying with the social management innovation in the new period. With years of efforts, the project has made great achievements, with a wide range of assistance targets from lonely elderly people, the disabled, needy families, the minors to migrant workers, almost covers all vulnerable groups. This project has taken shape and obtained certain innovative features. The main content of this article is taking the Siming's Love Brand building as a case, to make some empirical research on how to further deepen the construction of social assistance branding nowadays and in the future, which brings forth some new ideas on the management theory and practice problem of the urban grass-roots social management in China.

This article firstly analyses the theory of social assistance branding and social management innovation, indicates the inherence relationship of two theories, laying foundation for the love brand's appearance as a new form of social management. Then I analyze the implementation backgrounds, innovative characteristics, achievements and existing problems of the Love Brand project in Siming District. According to the field investigation and the practical experience of local-government branding, I finally put forward a framework of using Branding Strategy to build Love Brand, provide some specific and feasible implementing proposals, form a long-term effective operating mechanism, and promote the development of social management innovation.

Keywords: Social Management Innovation; Social Assistance; Public Service Branding; Love Brand Project

目 录

绪 论.....	1
(一) 研究背景与意义.....	1
(二) 文献综述.....	3
(三) 研究内容、方法和过程.....	7
一、理论辨析：社会帮扶品牌与社会管理创新.....	10
(一) 社会管理与社会帮扶.....	10
(二) 品牌建设与管理创新.....	13
(三) 社会帮扶品牌与社会管理创新.....	18
二、思明区社会帮扶“爱心品牌”实践进程.....	20
(一) 开办“爱心超市”，让受助者有尊严地接受社会帮助和救济.....	20
(二) 开展“爱心系列”，不断扩展“爱心超市”的内涵和外延.....	21
(三) 从“爱心系列”走向“爱心品牌”.....	24
三、思明区“爱心品牌”的战略构建.....	26
(一) 打造“爱心品牌”的基本原则、指导理念.....	26
(二) “爱心品牌”战略构建基本框架.....	27
(三) “爱心品牌”建设的具体实施建议.....	28
结 语.....	45
附 录.....	46
附录一：调研提纲.....	46
附录二：访谈记录.....	50
附录三：调研总结.....	76
参考文献.....	79
致谢语.....	81

Contents

Introduction	1
1.1 Background and Meaning of the Study	1
1.2 Literature Review	3
1.3 Research Content, Methods and Process	7
1 Theory Analysis of Assistance Branding and Management Innovation	
.....	10
1.1 Social Management and Social Assistance	10
1.2 Branding Building and Management Innovation	13
1.3 Social Assistance Branding and Social Management Innovation	18
2 The Practice Process of Love Brand Project in Siming District.....	20
2.1 Opening Love Shops,Allowing the Recipients to Accept Social Help and Relief With Dignity	20
2.2 Launching Activities of Love Series,Expanding the Connotation and Extension of Love Shops	21
2.3 From Love Series to Love Brand	24
3 The Love Brand Building in Siming District.....	26
3.1 Basic Principles and Guiding ideas of Love Brand Building	26
3.2 Basic Framework of Love Branding Strategy	27
3.3 Specific Implementing Proposals for Love Brand Building	28
Conclusion.....	45
Appendix	46
I Survey Outline	46
II Interview Transcription	50
III Survey Summary	76
References	79
Acknowledgement	81

绪 论

（一）研究背景与意义

1. 研究背景

加强社会建设与管理，推进社会管理体制创新，是当前我国构建社会主义和谐社会的重要任务和基本要求。从 2004 年党的十六届四中全会提出要“加强社会建设和管理，推进社会管理体制创新”，到 2011 年 7 月 1 日，在庆祝中国共产党成立 90 周年大会上胡锦涛同志发表重要讲话，再次强调“要加强和创新社会管理，完善党委领导、政府负责、社会协同、公众参与的社会管理格局，建设中国特色社会主义社会管理体系，全面提高社会管理科学化水平，确保人民安居乐业、社会和谐稳定”。^①可以说，社会管理创新将成为未来中国改革发展的一个重要主题。如何创新社会管理方式，推进社会体制改革，拓宽社会服务领域，对于实现社会和谐，维护社会稳定与良性运行具有重要的意义。

21 世纪是品牌的世纪。在经济领域，品牌是拥有它的企业区别于其它企业的标识，它不仅仅是企业形象识别，其本质还代表着卖方对交付给买方的产品特征、利益和服务的一贯性承诺。政府创建公共服务品牌，是品牌效应在公共部门的延伸与创新，是运用新公共管理理论推动社会管理创新的一种新探索。社会帮扶品牌属于公共服务品牌，如果我们能借鉴商业品牌创建的成功经验，打造地方政府的社会帮扶品牌，无疑将为提升公共服务品质，赢得广泛、持续的社会效益创造新的途径，塑造现代政府透明、效率、公正、责任、规范的新形象。^②

在这样的时代背景下，2004 年，厦门市思明区率先在全市建设“爱心超市”，此后不断拓展“爱心超市”的内涵和外延，开展了一系列爱心活动，其帮扶面几乎涉及孤寡老人、残疾人、贫困家庭、未成年人、外来务工人员等所有弱势群体。近年来，思明区欲着手将“爱心系列”活动打造成社会帮扶品牌。经过多年的努力，思明区关于社会帮扶的系列爱心创建活动已初具规模和创新特征，但我们看到仍然

^① 徐镇强，何彩英. 我国社会管理创新学术滞后探微[J]. 浙江师范大学学报(社会科学版), 2011(5).

^② 蔡隽. 中国地方政府公共服务品牌建设研究——以江苏省计划生育“世代服务”品牌创建为例[D]. 南京大学, 2007.

存在一些需要改进和完善的地方。因此,为了提高爱心系列活动的影响力和知名度,寻求更高层次的提升,有必要在社会管理创新的分析视角下深化实施品牌战略,提出“爱心”项目的长效发展路径,为升级“爱心品牌”构建一套完善的运作机制。

2. 研究意义

(1) 理论意义

随着市场营销理论的形成和发展,以及许多企业、集团品牌经营战略的成功实践,对品牌战略的理论研究日渐丰富和成熟。但在公共领域对于社会帮扶品牌建设的研究却鲜有问津,地方政府创建公共服务品牌的实践也处于探索阶段。^①

首先,就目前社会帮扶品牌的研究现状来看,基于社会管理创新背景下的社会帮扶品牌研究尚未开展,即使是关于公共服务品牌的研究也偏重于对一些实践经验的一般性总结及活动纪实,对品牌构建缺乏总体的战略框架,本文弥补了这一空白。本文以社会管理创新为独特视角,深入发掘社会帮扶品牌建设与社会管理创新的关系,以个案研究为切入点,构建打造社会帮扶品牌的基本框架和具体对策,同时促进社会管理创新发展,具有较为重要的理论意义。

其次,在分析问题的过程中梳理和归纳相对分散的有关理论,初步构建起围绕社会管理创新展开的理论框架。本文从社会帮扶与社会管理、品牌建设与管理创新、社会帮扶品牌与社会管理创新相关理论出发,重点分析了他们三者之间的关系,尤其是品牌对创新促进作用的论述具有独创性,并探索了社会帮扶品牌长期发展路径,希望能从思明区爱心品牌项目的具体实施、发展和优化中汲取经验,丰富社会管理创新的内容。

(2) 实践意义

在进行深入的理论分析的同时,本文针对如何进一步深化打造思明区社会帮扶爱心品牌提出对策建议,具有较强的可行性和借鉴意义。

首先,为打造公共服务品牌提供借鉴。本文从品牌战略出发,提出了品牌战略选择、品牌战略管理、品牌战略推广和品牌战略维护四位一体的品牌基本框架,为政府打造公共服务品牌或公益品牌提供了思路和参考。

其次,为思明区打造“爱心品牌”提出长效发展路径。思明区爱心品牌项目虽

^① 蔡隽. 中国地方政府公共服务品牌建设研究——以江苏省计划生育“世代服务”品牌创建为例[D]. 南京大学, 2007.

然取得了一定的成果，但是还缺乏统一的战略规划，完善的战略框架有利于“爱心品牌”的深化和提升。因此，本文将最终落脚点放在如何推动打造品牌上，对“爱心品牌”的创建提出了具体可行的实施方案和运作机制。

最后，为社会管理创新取得新进展提供参考经验。本文基于社会管理创新视角，深入分析了社会帮扶与社会管理、品牌建设与管理创新、社会帮扶品牌与社会管理创新的关系，并构建完善的战略框架，使其具有一定的参考价值，能够在具体条件的地区进行推广，从打造地方政府社会帮扶品牌层面推动社会管理创新的进程。

（二）文献综述

1. 社会管理创新

党的十六大以来，面对新的形势和任务，我们党和政府在社会管理方面理论与实践不断探索，取得了很多的成绩。党的十六届四中全会上，胡锦涛同志指出：“深入研究社会管理规律”、“加强社会建设和管理，推进社会管理体制创新”的任务。在其后的几次高层会议上，多次提出“社会管理创新”、“社会建设”等问题，社会管理创新方面的问题日益突显。以此为契机，学者对于社会管理创新方面展开了广泛的研究。这一领域的研究主要分为两类：

（1）关于社会管理创新的理论研究

这一类的研究主要集中于社会管理创新内涵、社会管理创新的必要性、社会管理创新面临的问题、社会管理创新的重点与走向、社会管理创新的路径以及推动社会管理创新的方式手段等方面。

就社会管理创新的内涵而言，国内学者的观点基本达成共识，其中以“法学宗师”、著名行政学教授应松年的观点为代表，他认为“社会管理创新是指在现有的社会资源和管理经验的基础上，引入新的社会管理理念、知识、方法，对传统的社会管理模式及管理方法进行完善，从而建构新的社会管理机制，更好地实现对社会管理目标的活动”。^①

关于社会管理创新的必要性，马凯（2010）在《努力加强和创新社会管理》一文中指出：“加强和创新社会管理，是维系人类社会正常运行的基本要求，加强和创

^① 应松年. 社会管理创新引论[J]. 法学论坛, 2010(6).

新社会管理，是适应我国进入社会矛盾凸显期的迫切需要，加强和创新社会管理，是顺应民心、实现科学发展、构建和谐社会、巩固党的执政地位的本质要求，加强和创新社会管理，是改变社会管理薄弱状况的迫切要求”。^①可以说他对于社会管理创新的地位和意义给予了高度的概括，从当前国情的实际状况出发，认识到加强和创新社会管理的重要性和紧迫性。

我国社会管理创新过程中面临一些较为集中的问题，这些问题主要存在于社会管理法律体系不健全、矛盾纠纷解决机制不畅通、理念陈旧、主体单一、方式僵化^②以及面临的社会风险等方面。为此，社会管理创新若要取得实质性进展，必须以“更新政府行政观念、调整职能实现次序、优化行政管理职能、倡导多元治理模式、整合管理资源、理顺行政体制、再造管理流程、改进管理方式”等为重点，深入持久地展开改革。^③就实现社会管理创新的路径而言，国内学者普遍认为应拓宽社会管理的认知范畴，推进多元治理，治理模式由控制、管理转向服务^④，同时政府社会管理创新应“发挥社会组织的作用，吸纳更广泛的群众参与”^⑤。

关于社会管理创新的方式手段，有学者主张通过采用先进的企业管理方法和技术，尤其是充分利用现代科学技术的发展，来改进政府管理的方法以及技术手段，从而实现效率的提升。其中，通过创新社会管理方法，来实现政府社会管理能力的提升的代表性文章有：梁胤东在《关于政府社会管理的理论探析》一文中指出，政府社会管理要遵循“以人为本、宏观管理、民主法治”原则，并提出了“优化政府管理价值、转变政府社会管理方法对于促进政府绩效、构建良性互动治理模式的重要意义”。陈国治在《创新行政管理方法提高基层政府管理能力》一文中，分析了基层政府传统行政管理方法所存在的问题之后，认为过去政府在社会管理的方式方法上过于简单，从而导致政府与民众之间关系紧张，并由此提出了要“用服务型管理方法代替专制型管理方法、用引导型管理方法代替强制型管理方法、用互动性管理方法代替单向型管理方法、用简朴实际型管理方法代替铺张豪华型管理方法、用综合型管理方法代替单一型管理方法”^⑦。而主张从管理技术方面进行政府社会管理改革和创新的学者则认为，通过电子技术来改革和创新电子政务并建立起电子化政府，

^① 马凯. 努力加强和创新社会管理[J]. 中国行政改革, 2010 (10) .

^② 参见应松年. 社会管理创新引论[J]. 法学论坛, 2010 (6) .

^③ 参见潘小娟, 白少飞. 中国地方政府社会管理创新的理论思考[J]. 政治学研究, 2009 (2) .

^④ 祁凡骥. 我国社会管理的创新路径[J]. 中国行政管理, 2012 (5) .

^⑤ 郭亚丽. 论推进社会管理创新[J]. 山西财经大学学报, 2011, (S1) .

^⑥ 梁胤东. 关于政府社会管理的理论探[J]. 经济视角, 2005 (4) .

^⑦ 陈国治. 创新行政管理方法提高基层政府管理能力[J]. 中国行政管理, 2005 (1) .

有助于实现社会管理的智能化与高效化。典型代表作有曹妍的《以电子政务来促进和谐政府的构建》，该文指出和谐社会下的服务型政府应具有“以民为本、职能有限、廉价以及民主参与”的特征，而要实现这个目标，不仅需要政府在行政理念上强化服务意识、建设亲民政府，要在行政机制上创新管理方式，更要在行政技术手段上发展电子政务，建设电子政府^①。

（2）关于社会管理创新的实践研究

这一类的研究主要有两个方面，一是基于各地社会管理创新实践开展的实证研究，二是基于各部门在具体工作中的社会管理创新实践研究。

随着社会管理创新的提出，各地纷纷顺应这一形势，根据本地特色开展社会管理创新活动。研究成果类型包括研究报告、论文等，创新案例散见于各类网站。如陈存根主编的《重庆平安社区建设与社会管理创新》（重庆出版社，2011），以课题报告和制度设计的成果形式对重庆市平安社区管理实际问题进行研究；南通市作为全国 35 个社会管理创新综合试点之一，积极采取措施进入“后大调解”时代，构建化解社会矛盾纠纷新机制，并确立包括社会矛盾纠纷大调解在内的“十大体系”；^②成都从社会和谐的创新、社会人员服务管理的创新、社会治安综合治理的创新、网络虚拟社会建设管理的创新、社会组织管理服务的创新、基层基础工作的创新六个方面入手，全面推进社会管理体制创新。^③此外，《中国非营利评论》2012 年连载了多篇关于信阳、巫溪、深圳、北京、上海等地社会管理创新的实践，具有一定的参考价值。

除了各地的实践以外，在各个具体工作实践中也应创新社会管理。关于这方面的研究主要集中在工会和公安政法系统。主要包括各地工会“组织参与社会管理创新，以服务职工为核心、促进社会整体协调发展和社会公共利益实现为目的，以协调劳动关系为切入点，以化解职工群体性纠纷，提升工会参与社会管理的声势、影响、效益和作用”^④；从工作思路、工作机制等方面创新刑释解教人员的安置帮教工作^⑤；我国公检法系统开展社会管理创新的情况介绍及现状调研、实践思考、成功经验等。

^① 曹妍. 以电子政务来促进和谐政府的构建[J]. 湖南医科大学学报(社会科学版), 2008(2).

^② “社会管理创新综合试点城市行”系列专题 2: 社会管理创新助力南通进入“后大调解”时代[J]. 领导决策信息, 2011(10).

^③ 王承云. 和谐视角下的成都社会管理创新思考[J]. 中共成都市委党校学报, 2011(4).

^④ 陆路, 张军, 钱猛进. 关于工会参与社会管理创新的思考[J]. 中国劳动关系学院学报, 2011(6).

^⑤ 参见李晓英. 推进社会管理 创新实现安置帮教一体化的路径思考[J]. 当代法学(双月刊), 2010(6).

2. 公共服务品牌

社会帮扶品牌属于公共服务品牌。国内对于公共服务品牌建设的研究，多集中在两个方面。一方面是关于机关品牌的研究，主要是以青岛市为例的研究；还有另一方面是关于地方政府品牌的研究。

（1）关于机关品牌的研究

于雪艳通过对青岛市机关服务品牌建设的概况、成就及存在的问题进行了分析和研究，并提出了对机关服务品牌建设的具体实施建议。一是培养公务员的服务行政理念；二是合理定位机关服务品牌；三是提供高质量的服务；四是充分运用各种宣传渠道；五是构建整体统一的机关形象；六是建立严格的绩效考核体系。并提出在建设的过程中注意以下几个方面：一是机关品牌要与企业品牌区别开来，不能走商业化道路；二是“品牌”要与“权威”区别开来，防止行政手段和行政行为的影响；三是机关服务品牌建设要与“形象工程”区别开来，克服形式主义。^①

张砚博通过对青岛市机关品牌建设实例的研究，得出青岛市创建机关品牌的对策与启示，即：第一，应充分结合我国的政治体制现状，选择性和创造性的运用新公共管理理论及模式实施政府创新；第二，应加强机关品牌的实践探讨和理论研究，逐步形成科学、系统的机关品牌理论体系；第三，应把提高机关绩效、建设服务型政府作为创建机关品牌最终目标；第四，应重视民众参与，发挥民众在评选机关名牌活动中的积极性和主导作用；第五，应把塑造绩效导向的机关文化作为丰富、提升机关品牌内涵和品质的前提和基础；第六，应积极探索建立机关品牌的评价与管理体系。^②

杨道忠以青岛和南京市为例，对近年来机关服务品牌建设工作进行梳理，总结经验，找出存在的问题和不足，研究提出进一步深化机关服务品牌建设工作对策和建议。^③青岛市直机关工委主编的《机关品牌》一书，比较系统的阐述了机关品牌和绩效导向的机关文化以及实施途径等一系列理论和规律性认识。提出了“机关品牌”的概念，及创建工作的流程，探索了打造机关品牌的路径、步骤与方式方法等。

（2）打造地方政府品牌方面的研究

在总体路径和思路方面，郭泽保提出塑造地方政府品牌的路径是正确定位、品

^① 于雪艳. 青岛市机关服务品牌建设研究[D]. 中国海洋大学, 2008.

^② 张砚博. 青岛市政府机关品牌建设研究[D]. 中国海洋大学, 2008.

^③ 杨道忠. 我国政府机关服务品牌建设的初步研究[D]. 山东: 山东大学, 2010.

品牌形象管理、品牌过程管理；塑造政府品牌必须经历品牌的设计、培育、宣传、提升、带动 5 个阶段。^①陈宏等人提出了打造地方政府品牌的基本思路是：品牌定位、形象塑造、产品创新^②。在具体实践方面，杨道忠先在公共服务理论研究基础上，论证公共服务品牌建设的必要性与可行性，然后以江苏省计划生育服务创建“世代服务”为案例，分析“世代服务”品牌建设存在的问题及原因，并从玛丽斯特普国际组织的公共服务品牌创建得到启示与借鉴，提出推动我国地方政府公共服务品牌建设发展的对策。^③

以上有关服务品牌建设方面的相关研究对于我国政府开展公共服务品牌建设工作具有重要的指导意义，但总体而言，目前对我国政府公共服务品牌建设方面的研究仍然处于探索和尝试阶段，系统性的成果也不太多。另外，关于用“品牌”这一方式创新社会管理，尤其是针对社会管理中的社会帮扶部分的文章更是少之又少。通过研究，本文针对厦门市思明区社会帮扶“爱心品牌”的创建活动提出具体的建议，由于主要是基于调研与实证研究，除具有理论价值外，还具有一定的实践意义。

（三）研究内容、方法和过程

1. 研究内容

本研究从创建社会帮扶品牌的时代背景出发，阐明研究的理论和实践意义；其次对社会帮扶品牌与社会管理创新进行理论辨析，指出两者之间的内在联系；重点以厦门市思明区“爱心品牌”创建项目为例，在实地调研的基础上，根据获得的一手资料对该项目进行深入、系统地分析；最后运用品牌战略的理念方法以及社会管理创新的角度出发，为深化、提升“爱心品牌”构建一个发展框架及运行机制，确保项目实施的科学性和长效性。全文共分为以下部分：

绪论：主要探讨研究的背景和意义，并就相关领域的研究现状进行综述；对研究内容、研究方法和研究过程做出具体说明；

第一章：着重对社会帮扶与社会管理、品牌建设与管理创新、社会帮扶品牌与社会管理创新这三组的内在关系进行阐述，以此说明构建社会帮扶品牌对社会管理

^① 郭泽保. 打造地方政府品牌的战略思考[J]. 中国行政管理, 2009(4).

^② 陈宏, 陈启源, 雷艳佳. 浅谈地方政府品牌的打造[J]. 广西社会科学, 2007(1).

^③ 杨道忠. 我国政府机关服务品牌建设的初步研究[D]. 山东: 山东大学, 2010.

创新具有十分重要的意义；

第二章：运用文献分析及实地调研的方法，研究思明区“爱心品牌”项目的实践进程。分析该项目实施的背景、创新特色、发展过程、取得的成果以及存在的不足；

第三章：根据实地调研的情况和各地政府品牌的实践经验，提出运用品牌战略方法构建“爱心品牌”的创建框架，并提出具体可行的实施建议，进一步深化和提升“爱心品牌”，发挥其对地方政府社会管理创新的推动作用。

2. 研究方法

本文综合采用多种研究方法，对选题进行研究论证，在文献分析的基础上结合实地调研，主要通过深度访谈了解项目实施情况，进而进行实证研究，最后以规范研究的方法提出项目的战略框架和优化建议。

（1）文本研究方法

重点搜集经济体制改革以来我国专家学者关于社会管理、公共服务品牌等方面的著作、文章及各种研究成果，并对所得资料进行分类整理，从大量资料中梳理与本文相关的有效信息。与此同时，因为社会管理创新正处于各地实践探索阶段，文章在积极借鉴专家学者的大量研究成果的同时，还注重网络资源（比如各地政府创建品牌的新闻）的查找、利用，认真总结、学习，这些材料也成为本文不可或缺的重要研究资料。

（2）实证分析方法

除了文献研究外，为弥补现有资料的不足，充分了解本文案例——思明区“爱心品牌”项目的实施情况，笔者还采用实地调研的方法，深入思明区文明办、思明区民政局、思明区团委、各街道/社区亲自收集第一手资料，对本文案例进行系统深入地研究，以期全面、准确、细致地反映案例的真实情况。

实地调研过程中重点采用深度访谈法，根据不同访谈对象拟定不同提纲，逐一进行座谈和深度访谈。深入了解、分析“爱心品牌”项目的相关情况，客观地展现项目全貌。

（3）个案研究方法

个案研究包括两个层面的涵义。一是就全文整体而言，思明区“爱心品牌”创

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库